

УДК. 339.13

Горечий І. – ст. гр. БКм-51

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ПАРТИЗАНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Оксентюк Д.А.

В історії багато прикладів того, як невеликі, погано озброєні військові загони спритно здобували перемогу над більш численним і сильним супротивником. Історія цих боїв - це історія "партизанських" війн. Приклади подібних перемог є й у бізнесі.

Цей вид маркетингу спочатку створювався для малого бізнесу, представникам якого він давав можливість використати дешеві або зовсім безкоштовні маркетингові прийоми, вистояючи в конкуренції з великими компаніями. Великі корпорації, оцінивши ефект, теж стали "партизанити". І сьогодні є стійка тенденція росту частки партизанського маркетингу в загальному бюджеті компаній, що швидко розвиваються. І навіть гіганти бізнесу виділяють кошти на партизанський маркетинг.

Використовуючи методи "партизанського" маркетингу, результат досягається швидко й з мінімальними витратами.

Чим же "партизанський" маркетинг відрізняється від звичайного? Головним чином, що впливає: щоб продати свій товар або послуги, ви включаєте в роботу розум, а також використовуєте деякі дуже прості методи замість того, щоб витратити великі суми грошей на рекламу, заповнюючи газетні сторінки й телевізійні екрани зображеннями вашого товару. На вас працює тільки ваша уява.

Маркетологи, що використовують принципи "партизанського" маркетингу, для досягнення мети можуть сподіватися тільки на своє креативне мислення, але ніяк не на великі маркетингові бюджети. Головною догмою "партизанського" маркетингу є взаємини, які мають кілька видів:

1. Відносини із клієнтами. Невеликі контакти, що показують вашу увагу до клієнта, часто є самими значними у всій маркетинговій політиці.

2. Відносини з персоналом. Необхідно пам'ятати, що від того, які відносини складаються у ваших співробітників із клієнтами, постачальниками й між собою, залежить успіх вашого бізнесу.

3. Відносини з конкурентами. Замість того щоб воювати зі своїми конкурентами, прихильники "партизанського" маркетингу шукають із ними шляхи співробітництва.

Конкретні прийоми, які використовуються в сучасному партизанському маркетингу:

- безкоштовна продукція. Клієнти відчують турботу про них і повернуть вам її в троекратному розмірі;

- простий для запам'ятовування номер телефону;

- логотип на автомобілі;

- вітальні листівки. Розробіть оригінальний або веселий дизайн своєї листівки й відправте своїм потенційним клієнтам;

- божевільний трюк. Змусьте всіх говорити про вас і про вашу компанію

- персональний маркетинг.

Хоча, зрештою, кращий спосіб відрізнити сьогоднішній "партизанський" маркетинг від учорашніх традиційних методів складається в розумінні того, що:

- творчий підхід означає й дає більше, ніж гроші;

- результат повинен прийти швидко, у противному випадку маркетингові зусилля повинні бути припинені.